

**PENGARUH *QUALITY PRODUCT*, *CELEBRITY ENDORSE*, *BRAND IMAGE* DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SKINCARE MS GLOW*
(STUDI KASUS DI MAHASISWA UM JEMBER)**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi
Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen



Oleh :

Basitulfarhan Perwiranegara
18.104.11.075

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
2022

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Basitulfarhan Perwiranegara
NIM : 1810411075
Program Studi : Ekonomi Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: *PENGARUH QUALITY PRODUCT, CELEBRITY ENDORSE, BRAND IMAGE DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE MS GLOW (STUDI KASUS DI MAHASISWA UM JEMBER)*, adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada instansi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 16 Desember 2022
Yang menyatakan,



Basitulfarhan Perwiranegara
NIM. 1710411075



**PENGARUH *QUALITY PRODUCT*, *CELEBRITY ENDORSE*, *BRAND IMAGE* DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SKINCARE MS GLOW*
(STUDI KASUS DI MAHASISWA UM JEMBER)**

Oleh :

Basitulfarhan Perwiranegara
18.104.11.075

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Dra. Retno Endah Supeni, MM.

Dosen Pembimbing Pendamping : Nursaidah, SE., MM.

PENGESAHAN

Skripsi berjudul: PENGARUH *QUALITY PRODUCT*, *CELEBRITY ENDORSE*, *BRAND IMAGE* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE MS GLOW (STUDI KASUS DI MAHASISWA UM JEMBER), telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :


Nama : Basitulfarhan Perwiranegara
NIM : 1810411075
Hari : Jumat
Tanggal : 16 Desember 2022
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,



Wahyu Eko Setianingsih, SE, MM.
NPK : 1979120811503633

Anggota 1,



Dra. Retno Endah Supeni, MM
NPK : 1967052219510256

Anggota 2,



Nursaidah, SE., MM
NPK : 1985060111509637

Mengesahkan :



Maheni Ika Sari, SE, MM
NIP : 197708112005012001

Ketua Program Studi,



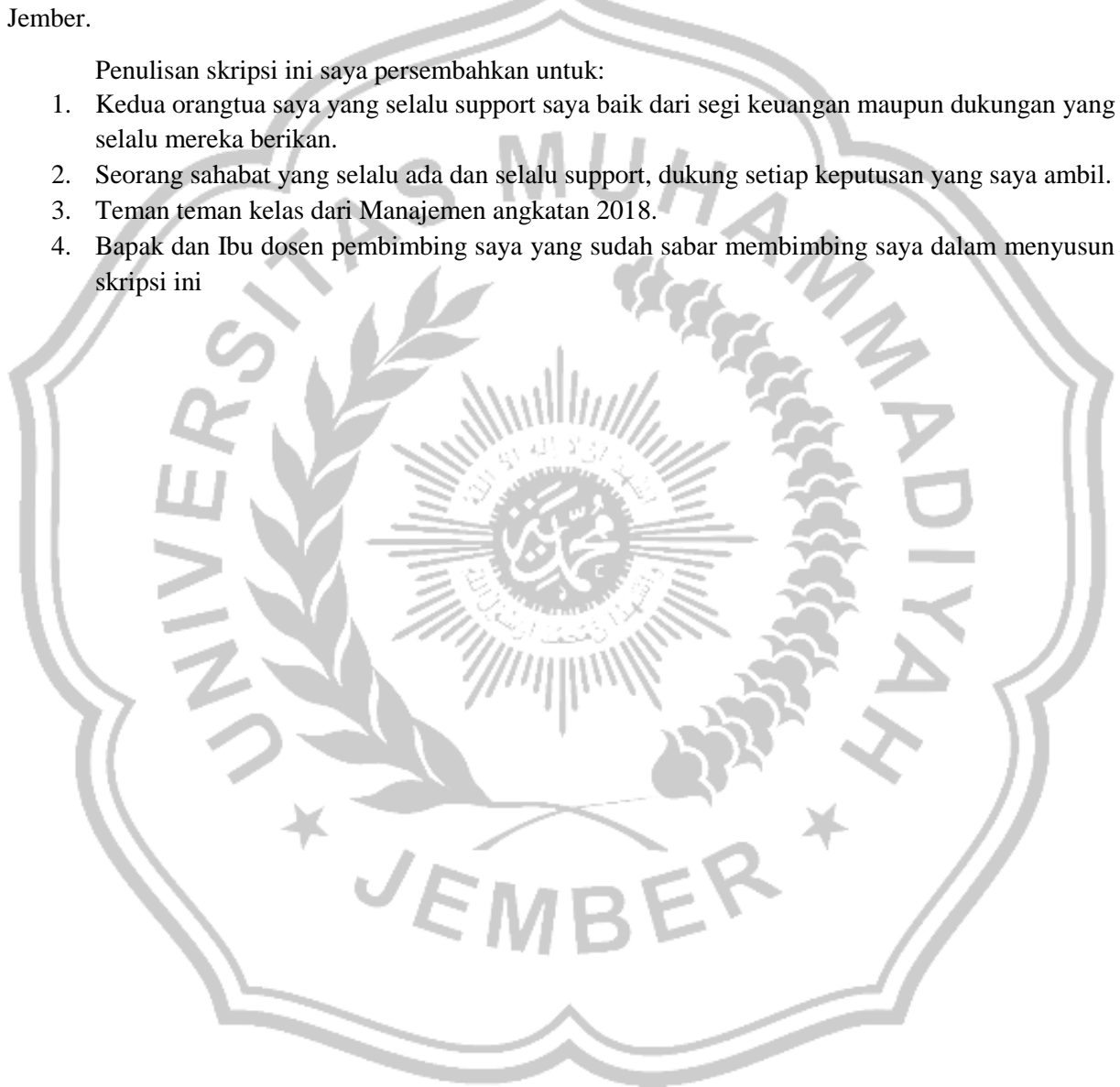
Achmad Hasan Hafidzi, SE, MM
NPK : 19860514.1.1703796

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan segala rahmat-Nya, nikmat kesehatan, serta pemahaman dan kehadiran Allah Subhanhu Wata'ala atas segala rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *PENGARUH QUALITY PRODUCT, CELEBRITY ENDORSE, BRAND IMAGE DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE MS GLOW (STUDI KASUS DI MAHASISWA UM JEMBER)*, Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Sarjana Strata (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulisan skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orangtua saya yang selalu support saya baik dari segi keuangan maupun dukungan yang selalu mereka berikan.
2. Seorang sahabat yang selalu ada dan selalu support, dukung setiap keputusan yang saya ambil.
3. Teman teman kelas dari Manajemen angkatan 2018.
4. Bapak dan Ibu dosen pembimbing saya yang sudah sabar membimbing saya dalam menyusun skripsi ini



MOTTO

“sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(Q.S. Al Insyiroh: 6)

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya."

(Al Baqarah : 286)

"Seungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum, sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri."

(QS Ar Rad : 11)

"Barang siapa yang menginginkan kejernihan hatinya hendaknya dia lebih mengutamakan Allah daripada menuruti berbagai keinginan hawa nafsunya." - **Ibnu Qoyyim Rahimahullah**



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kupanjatkan hanya pada ALLAH SWT, yang telah melimpahkan rahmat, karunia serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul *PENGARUH QUALITY PRODUCT, CELEBRITY ENDORSE, BRAND IMAGE DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE MS GLOW (STUDI KASUS DI MAHASISWA UM JEMBER)*. Skripsi ini merupakan karya penulis dan merupakan salah satu syarat dalam memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini, penulis menyadari telah banyak pihak yang membantu, membimbing dan mendorong serta memberi semangat pada penulis. Penulis sadar tanpa bantuan dari berbagai pihak, penulis akan mengalami kesulitan dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk itulah pada kesempatan kali ini, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Maheni Ika Sari, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember;
2. Ibu Wahyu Eko Setianingsih, SE, MM selaku dosen ketua penguji
3. Ibu Dra. Retno Endah Supeni, MM selaku dosen pembimbing 1
4. Ibu Nursaidah, SE., MM selaku dosen pembimbing 2 yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pengarahan dan saran sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
6. Rekan-rekan seperjuangan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah banyak memberi bantuan dan masukan yang sangat berguna dalam menyusun skripsi ini.

Atas amal baik yang telah diberikan pada penulis semoga Allah SWT memberikan balasan yang sesuai dan semoga rahmat serta hidayah-Nya diberikan kepada kita semua. Besar harapan penulis semoga skripsi ini berguna bagi penulis khususnya dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jember, 23 Desember 2022



Penulis

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	i
PENGESAHAN	iii
PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB 2	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Tinjauan Teori	7
2.1.1 Perilaku Konsumen	7
2.1.2 Bauran Pemasaran	8
2.1.3 <i>Quality Product</i>	9
2.1.4 <i>Celebrity Endorse</i>	10
2.1.5 <i>Brand Image</i>	11
2.1.6 <i>Word of Mouth</i>	12
2.1.7 Keputusan Pembelian.....	14
2.2 Tinjauan penelitian terdahulu.....	15
2.3 Kerangka konseptual	20
2.4 Hipotesis.....	20
2.4.1 Pengaruh <i>quality product</i> terhadap keputusan pembelian.....	20
2.4.2 Pengaruh <i>celebrity endorse</i> terhadap keputusan pembelian.....	21
2.4.3 Pengaruh <i>brand image</i> terhadap keputusan pembelian	21
2.4.4 Pengaruh <i>word of mouth</i> terhadap keputusan pembelian	22
2.4.5 Pengaruh <i>quality product, celebrity endorse, brand image, word of mouth</i> terhadap keputusan pembelian	22
BAB 3	24
METODELOGI PENELITIAN	24
3.1 Identifikasi Variabel.....	24
3.1.1 Variabel Independen	24
3.1.2 Variabel Dependen	24
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	24
3.2.1 <i>Quality product</i>	24
3.2.2 <i>Celebrity Endorse</i>	25
3.2.3 <i>Brand Image</i>	26
3.2.4 <i>Word of Mouth</i>	26
3.2.5 Keputusan Pembelian	26

3.3	Jenis Data	27
3.4	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	27
3.4.1	Populasi	27
3.4.2	Sampel	27
3.4.3	Teknik Pengambilan Sampel	28
3.5	Teknik Pengumpulan Data	28
3.6	Teknik Pengukuran Data	28
3.7	Teknik Analisa Data	28
3.7.1	Uji Instrument Data	28
3.7.2	Analisis Regresi Linier Berganda	29
3.7.3	Uji Asumsi Klasik	30
3.7.4	Uji Hipotesis	31
3.7.5	Uji R ² (Koefisien Detarminasi)	32
BAB 4	33
HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	33
4.1.1	Sejarah MS Glow	33
4.2	Aspek Personalia	34
4.2.1	Jumlah Tenaga Kerja	34
4.2.2	Jam Kerja	34
4.2.3	Sistem Upah	34
4.3	Aspek Operasional	34
4.3.1	Pengendalian Produksi	34
4.3.2	Struktural	35
4.4	Aspek Pemasaran	35
4.4.1	Spesifikasi Produk	35
4.4.2	Segemntasi Pasar	40
4.4.3	Promosi	40
4.5	Penyajian Data	41
4.5.1	Karakteristik Responden	41
4.5.2	Deskripsi Jawaban Responden	43
4.6	Hasil Penelitian dan Pembahasan	55
4.6.1	Hasil Penelitian	55
4.6.1.1	Hasil Uji Instrumen Data	55
4.6.1.2	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	57
4.6.1.3	Hasil Uji Asumsi Klasik	58
4.6.1.4	Hasil Uji Hipotesis	60
4.6.1.5	Hasil Koefisien Determinasi Berganda (R ²)	61
4.6.2	Pembahasan Penelitian	61
4.6.2.1	Pengaruh <i>Quality product</i> Terhadap Keputusan Pembelian	61
4.6.2.2	Pengaruh <i>Celebrity Endorse</i> Terhadap Keputusan Pembelian	62
4.6.2.3	Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian	63
4.6.2.4	Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	64
BAB 5	65
KESIMPULAN DAN SARAN	65
5.1	Kesimpulan	65
5.2	Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	66
Daftar Lampiran	70

DAFTAR TABEL

Tabel

1.1 Hasil Kuisioner Pra-Survey Mengenai Pengaruh <i>quality product</i> , <i>celebrity endorse</i> , <i>brand image</i> dan <i>word of mouth</i> terhadap keputusan pembelian skincare Ms Glow.....	4
2.1 Penelitian Terdahulu	15
4.1 Jumlah Tenaga Kerja (Karyawan) MS Glow Jember	34
4.2 Jenis-jenis Skincare Ms Glow	36
4.3 Jenis-jenis Body Care Ms Glow.....	38
4.4 Jenis-jenis MS Cosmetic	38
4.5 Daftar Harga Produk Ms Glow	39
4.6 Karakteristik Berdasarkan Umur.....	41
4.7 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	41
4.8 Karakteristik Berdasarkan Status Mahasiswa	41
4.9 Karakteristik Berdasarkan Jurusan Studi Mahasiswa	42
4.10 <i>Quality product</i> (X1).....	43
4.11 <i>Quality product</i> (X1).....	43
4.12 <i>Quality product</i> (X1).....	43
4.13 <i>Quality product</i> (X1).....	44
4.14 <i>Quality product</i> (X1).....	44
4.15 <i>Quality product</i> (X1).....	45
4.16 <i>Quality product</i> (X1).....	45
4.17 <i>Quality product</i> (X1).....	46
4.18 <i>Celebrity Endorse</i> (X2).....	46
4.19 <i>Celebrity Endorse</i> (X2).....	47
4.20 <i>Celebrity Endorse</i> (X2).....	47
4.21 <i>Celebrity Endorse</i> (X2).....	48
4.22 <i>Celebrity Endorse</i> (X2).....	48
4.23 <i>Brand Image</i> (X3)	49
4.24 <i>Brand Image</i> (X3)	49
4.25 <i>Brand Image</i> (X3)	50
4.26 <i>Word Of Mouth</i> (X4).....	50
4.27 <i>Word Of Mouth</i> (X4).....	51
4.28 <i>Word Of Mouth</i> (X4).....	51
4.29 Keputusan Pembelian (Y)	52
4.30 Keputusan Pembelian (Y)	52
4.31 Keputusan Pembelian (Y)	53
4.32 Hasil Uji Validitas.....	53
4.33 Hasil Uji Reliabilitas	54
4.34 Analisis Regresi Linier Berganda.....	55
4.35 Hasil Uji Multikolonieritas.....	57
4.36 Hasil Uji t	58
4.37 Hasil Uji F.....	59
4.38 Hasil Uji Koefisien Determinasi R ²	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar

1.1 Market Share Produk Kosmetik di Indonesia.....	3
2.1 Kerangka Konseptual	20
4.1 Logo MS Glow.....	33
4.2 Struktur Organisasi MS Glow	35
4.3 Hasil Uji Normalitas.....	56
4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	57



DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian
2. Data Responden
3. Karakteristik Responden
4. Hasil Tanggapan Responden
5. Uji Validitas Dan Reliabilitas
6. Uji Asumsi Klasik
7. Uji Regresi Linier Berganda
8. Dokumentasi

